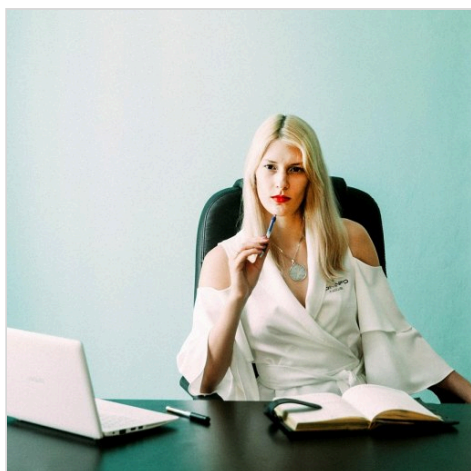


L U M B R E



Después del «sí»: entrega, seguimiento y la venta recurrente

Materia: Ventas de servicios de formación

03/10/2026

Antes de empezar

La venta no termina con el PO: termina con la renovación y el referido. Un taller bien impartido que nadie recuerda es dinero perdido. Este objeto modela las siete acciones post-venta, cómo pedir referidos sin incomodar y cómo construir un calendario de contacto que te mantenga top-of-mind.

QUÉ APRENDERÁS

- Diseñar un flujo post-venta que maximice la experiencia, genere testimonios, abra puertas a referidos y construya la recurrencia: el cliente que compró una vez debe ser tu vendedor más eficaz.

La relación posterior a la entrega también necesita un sistema

Un cliente satisfecho puede volver a contratar o recomendar, pero no hay una probabilidad universal de recompra ni un número de años garantizado. Mide costo de atención, satisfacción, aplicación, repetición y margen en tu cartera. La recurrencia nace de una necesidad real y un servicio útil, no de vender más sin diagnóstico.

El flujo de las 7 acciones post-venta

El calendario post-venta que construye recurrencia

1. Día 0 (entrega)**La sesión en sí** Energía alta, puntualidad, materiales impecables, cierre con compromiso personal de cada participante. La experiencia ES el marketing.
2. Día 1-2**Agradecimiento + materiales** Entrega materiales pactados y agradece. Comparte fotografías o testimonios únicamente con los permisos pertinentes.
3. Día 7**NPS y feedback** Recoge feedback breve. Si calculas NPS, pregunta probabilidad de recomendación 0-10 y usa su fórmula; si mides satisfacción, informa esa escala por separado.
4. Día 21-30**Sesión de refuerzo / aplicación** Check-in de 30 min (opcional) para resolver dudas de aplicación. Aquí es donde la transferencia se pierde si no hay seguimiento.
5. Día 45-60**Reporte de impacto** Reporta participación, aprendizaje y aplicación con evidencia y periodo. No llames impacto económico a satisfacción; si estimas ROI, declara atribución y costos.
6. Día 90**Reactivación y upsell** «¿Cómo va la aplicación? Tengo un programa complementario / otra sesión de refuerzo / nuevo contenido.» (Ofrecer algo sin esperar que lo pidan).

7. Trimestral **Contacto de valor** Artículo, invitación a evento, actualización, felicitación por logro de la empresa. Estar sin vender.

Pedir referidos sin incomodar

El referido no se pide con «¿conoces a alguien?» — se diseña con prompts específicos. Al terminar el taller, cuando el NPS está alto y la emoción es positiva:

«Si conoces a alguien en otra empresa que esté lidiando con [la situación específica que resolvimos], me encantaría que le compartieras este artículo / checklist. Y si te sientes cómodo, una presentación por correo vale oro para mí.»

— Script de referido con permiso

Da algo de valor para compartir (un recurso) o una presentación en caliente (intro por correo). Nunca: «recomiéndame» en abstracto. El referidor necesita saber QUÉ decir de ti.

Upselling y cross-selling: cuándo y cómo

- Upsell: una opción de mayor valor o alcance del servicio que el cliente ya compra, si satisface una necesidad real.
- Cross-sell: un servicio complementario distinto, si responde a una brecha diagnosticada.
- Expansión: replicar una solución en otra área o grupo; explica el nuevo alcance y costéalo.
- Downsell: una opción menor, viable, cuando el alcance original no cabe. No son etiquetas intercambiables.

Ideas para comprobar tus decisiones

- La satisfacción promedio, el aprendizaje, la aplicación y el ROI son medidas diferentes; no deben reportarse como equivalentes.
- $NPS = \text{porcentaje de promotores} - \text{porcentaje de detractores}$.

NPS y satisfacción: medir sin confundir

NPS usa una pregunta de recomendación con escala 0-10. Promotores: 9-10; pasivos: 7-8; detractores: 0-6. $NPS = \text{porcentaje de promotores} - \text{porcentaje de detractores}$, con rango -100 a +100. No es un promedio de 8.5/10. Ejemplo ficticio con 20 respuestas: 14 promotores, 4 pasivos y 2 detractores; $NPS = 70 - 10 = +60$. La

satisfacción promedio puede ser 8.5/10 y es otra medida. Reporta número de respuestas y tasa de respuesta; una muestra pequeña no prueba un resultado estable.

1. Con 20 respuestas: 14 promotores, 4 pasivos y 2 detractores, ¿cuál es el NPS?

Respuesta: (puntos)

Tu calendario y reporte de transferencia

Diseña un seguimiento de 60 días con responsables, fechas y tres evidencias: aprendizaje, aplicación y resultado de negocio si se puede observar. Separa feedback del participante, reporte al comprador y permiso para publicar testimonios.

- Criterio de revisión: No llama NPS al promedio de satisfacción.
- Criterio de revisión: No trata testimonio como prueba de causalidad.
- Criterio de revisión: Propone nuevos servicios solo con necesidad diagnosticada.

2. Diseña un seguimiento de 60 días con responsables, fechas y tres evidencias: aprendizaje, aplicación y resultado de negocio si se puede observar. Separa feedback del participante, reporte al comprador y permiso para publicar testimonios.

Entrega un producto utilizable y contrástalo con los criterios anteriores.

Bain: cálculo del Net Promoter Score https://www.bain.com/contentassets/a0e49354bbe74390831ae2b899be35d1/loyalty_insights_1_introducing_the_net_promoter_system_update.pdf

Fuente original del método: clasificación de respuestas y resta de porcentajes.

3. Tres semanas después de un taller, la satisfacción promedio fue 9/10. Aún no se midió aplicación ni ROI. ¿Qué seguimiento es más útil?

- ☐ Mandar una encuesta larga de satisfacción de 30 preguntas
- ☐ Entregar un reporte que distinga satisfacción, aprendizaje y aplicación pendiente, y acordar una revisión de transferencia con el contratante.
- ☐ Llamarlo para ofrecerle un descuento en la próxima compra
- ☐ Publicar un post en LinkedIn «gracias a [Empresa] por la confianza» y etiquetarlo

Referencia curricular

Materia:	Ventas de servicios de formación
-----------------	----------------------------------

Versión interactiva completa (con actividades, videos y autoevaluación):



<https://lumbre.lat/object/vtc-postventa>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat